P16.05 – Procedimento de Conformidade dos Postos de Venda

pwc strategy&

(DC2) Uso Restrito na PwC - Confidencial

1. OBJETIVO

Este procedimento pretende estabelecer as etapas para fiscalização dos postos de venda com o objetivo de servir de ponto de recarga para os serviços oferecidos, estabelecidos de acordo com a legislação.

2. CAMPO DE APLICAÇÃO

Este documento é aplicável a SMTR (Coordenadoria CCO) que é responsável por fiscalizar todos os postos de venda do município do Rio de Janeiro.

3. TERMOS, DEFINIÇÕES E SIGLAS

SMTR – Secretaria Municipal de Transportes do Rio de Janeiro

OS – Ordem de serviço

CCO – Coordenadoria de Controle Operacional

Sub-CCO – Sub Coordenadoria de Controle Operacional

Fetranspor – Federação das Empresas de Transportes de Passageiros do Estado do Rio de Janeiro

4. DESCRIÇÃO

4.1. Seleção dos postos para fiscalização

4.1.1. A seleção dos postos será realizada, aleatoriamente, de acordo com a proximidade de localização dos mesmos, para a devida efetividade e agilidade da fiscalização.
A seleção deverá ser feita de acordo com a última relação de postos de venda enviadas por Ofício pela Concessionárias.

Para garantir a qualidade dos serviços deverão ser fiscalizados no mínimo 20 postos por mês.

4.1.2. As datas definidas deverão ser alocadas no cronograma de fiscalização para emissão de OS pela Gerência de Fiscalização.

4.2 Delegação e comunicação da equipe envolvida na fiscalização

4.1.3. Para execução da fiscalização, será necessária a convocação de 1 fiscal para os 60 postos de venda selecionados e 1 viatura para realizar o devido acompanhamento.

4.1.4. Os fiscais deverão ser comunicados sobre as informações da fiscalização com 1 dia útil de antecedência por meio da OS que será enviada através de e-mail.

4.2. Operação da fiscalização

4.2.1. O Gerente de Fiscalização deverá distribuir o *check list* "Formulário de Fiscalização- Postos de Venda" assim como orientar os fiscais sobre o correto preenchimento deste.

4.2.2. O fiscal deverá iniciar a fiscalização nos Postos de Venda e preencher corretamente os *check lists*, evidenciando as inconformidades observadas (foto, relato no relatório, etc.);

4.2.3. Caso o fiscal verifique que o posto de venda não existe, o mesmo deverá ser reportado no formulário;

4.3. Emissão de relatório final

4.3.1. O Gerente de Fiscalização geral deverá receber os *check lists* dos fiscais, revisar se todos os campos foram preenchidos e compilar os dados;

4.3.2. O Gerente de Fiscalização deverá emitir relatório considerando todas as inconformidades observadas durante a vistoria e envia a Coordenadoria de Controle.

5. RESPONSABILIDADES

- **SMTR** – Atuar como órgão fiscalizador do sistema de transporte público municipal urbano na cidade do Rio de Janeiro;
- **Fiscais –** Inspecionar **os postos de vendas** considerando as premissas descritas nos contratos e Preencher corretamente o **"Formulário de Fiscalização- Postos de Venda"**
- **Gerente de Fiscalização –** Distribuir o **"Formulário de Fiscalização- Postos de Venda"**, orientar os fiscais sobre o preenchimento deste, recolher e compilar os dados registrados nos formulários e elaborar relatório;

6. REGISTROS

- "Formulário de Fiscalização- Postos de Venda";
- Relatórios cobrindo os itens de inconformidades reportados nos *check lists*.

7. REFERÊNCIAS

7.1. DECRETO Nº 38948 DE 16 DE JULHO DE 2014
O Anexo III e DECRETO Nº 38948 de 16 de julho de 2014, pretende estabelecer as etapas para a fiscalização dos postos de vendas, de forma a aferir se os postos de venda estão atuando conforme os padrões de qualidade esperados pela SMTR para atendimento aos usuários de ônibus na cidade do Rio de Janeiro.

Baseado na legislação vigente, a SMTR, definiu os postos de venda do município de acordo com os critérios abaixo, que podem ser verificados no Edital (Anexo III- Requisitos mínimos para a prestação dos serviços):

Posto de Venda de Crédito e Atendimento ao Usuário	1 unidade por cada 300 mil cartões do sistema. Distribuído entre as RTR´s de acordo com a demanda.
Posto de Venda Simples	1 unidade por cada 4 mil cartões do sistema. Distribuídos entre as RTR´s de acordo com a demanda.

7.2. DECRETO nº 36.343, de 17 de outubro de 2012:
Art.1º: Os Postos de Vendas Simples e Postos de Venda Crédito e Atendimento ao Usuário deverão disponibilizar cartões pré-pagos para venda e efetuar recarga de qualquer valor, respeitando o limite máximo de crédito do cartão transporte.

Art.3º: Fica proibido qualquer tipo de cobrança adicional para os serviços de recarga de créditos e venda de cartões.

Não existe nenhum documento formal que detalhe quais as penalizações dos postos de venda caso não estejam de acordo, porém desobedecer a uma determinação é estar sujeito à multa, conforme DECRETO nº 36.343, de 17 de outubro de 2012:
V – Não manter bilheteiro nas estações do BRT, exceto naquelas que o órgão gestor dispensar sua presença. Infração – gravíssima. Penalidade – multa (Grupo E-1).

De acordo com o Art.4º do DECRETO Nº 38948 DE 16 de julho de 2014, a representante legal dos Consórcios (Fetranspor), conforme delegação através do Acordo Operacional de Bilhetagem eletrônica deverá atualizar mensalmente ao Poder Concedente, as informações até o dia 10 do mês subsequente com os seguintes dados em forma de planilha eletrônica. Estas informações abaixo são encaminhadas para SMTR (Sub-CCO) através de ofício que envia para a CCO para devidas providências.

I: Relação dos Postos de Venda Simples tipo incluindo o campo, endereço, campo, bairro e posição georeferenciado (Lat/Long)
II: Relação dos Postos de Venda de Crédito e Atendimento ao Usuário por tipo, incluindo o campo endereço, campo bairro e posição georeferenciado (Lat/Long)
III: Relatório com a quantidade de cartões ativos.

8. ANEXOS:

8.1. "Formulário de Fiscalização- Postos de Venda"

8.1. Formulário de Fiscalização – Postos de Venda

Formulário de Fiscalização
Postos de Venda

Equipe de fiscalização:
Local / Estabelecimento:
Data: Horário:

Tópico 1: Questões operacionais

1.1 O serviço de recarga é livre de qualquer tipo de cobrança? *Obs.: Alguns exemplos dessa cobrança:* *a) Em percentual sobre o valor. Exemplo: Recarga no cartão é de R$ 9,50, quando o valor pago é de R$ 10.* *b) Em valor. Exemplo: O usuário paga uma taxa além do valor da recarga).*	( ) Sim ( ) Não Obs.:
1.2 Existe cartão disponível para compra e/ou recarga?	( ) Sim ( ) Não Obs.:
1.3 É possível efetuar recarga em qualquer valor?	( ) Sim ( ) Não Obs.:
1.4 O estabelecimento é livre para comercializar qualquer quantidade de crédito? Isto é, livre de limite de crédito?	( ) Sim ( ) Não Obs.:
1.5 Existe sinalização externa indicando que o lugar é um ponto de venda?	( ) Sim ( ) Não Obs.:
1.6 A máquina funcionou adequadamente no último mês, isto é, livre de problemas técnicos que perdurassem mais de um dia?	( ) Sim ( ) Não ( ) N/A Obs.:

Tópico 2: Aspectos gerais de qualidade

2.1 O ponto de venda é de fácil acesso?	( ) Sim ( ) Não Obs.:
2.2 O ponto de venda é um ambiente com natureza de negócio adequada? Ex.: jornal, lotérica, farmácia.	( ) Sim ( ) Não Obs.:

Tópico 3: Exclusivamente para postos com atendimento ao usuário:

3.1 Observar quantidade de guichês disponíveis:	Quantidade:
3.2 Observar quantidade de guichês em operação/atendimento:	Quantidade:
3.3 Existe disponibilidade de compra de crédito e cartão (casco).	( ) Sim ( ) Não Obs.:
3.4 Existe atendimento prioritário para idosos, gestantes, etc.?	( ) Sim ( ) Não Obs.:
3.5 Caso prático: Avaliar o tempo médio de atendimento. Procedimento: Pegar uma senha e esperar atendimento; marcar tempo decorrido entre disponibilização da senha e atendimento. Caso não tenha senha, será necessário entrar na fila.	Hora inicial: Hora final: Quantidade de pessoas na fila na hora inicial:

Nome do Fiscal:

Assinatura:

Obrigado!

www.pwc.com.br
&
www.strategyand.pwc.com

© 2014 PricewaterhouseCoopers Corporate Finance & Recovery Ltda. Todos os direitos reservados. Neste documento, “PwC” refere-se à PricewaterhouseCoopers Serviços Profissionais Ltda, a qual é uma firma membro do network da PricewaterhouseCoopers International Limited, sendo que cada firma membro constitui-se em uma pessoa jurídica totalmente separada e independente.

O termo “PwC” refere-se à rede (network) de firmas membro da PricewaterhouseCoopers International Limited (PwCIL) ou, conforme o contexto determina, a cada uma das firmas membro participantes da rede da PwC. Cada firma membro da rede constitui uma pessoa jurídica separada e independente e que não atua como agente da PwCIL nem de qualquer outra firma membro. A PwCIL não presta serviços a clientes. A PwCIL não é responsável ou se obriga pelos atos ou omissões de qualquer de suas firmas membro, tampouco controla o julgamento profissional das referidas firmas ou pode obrigá-las de qualquer forma. Nenhuma firma membro é responsável pelos atos ou omissões de outra firma membro, nem controla o julgamento profissional de outra firma membro ou da PwCIL, nem pode obrigá-las de qualquer forma.

(DC2) Uso Restrito na PwC - Confidencial